

HUBUNGAN ENTREPRENEURIAL MOTIVATION TERHADAP KINERJA BISNIS USAHA MIKRO DAN KECIL PADA SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI SURABAYA DAN SIDOARJO

Tresia Thesman dan R.R. Retno Ardianti

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: tresiatthesman_10250@yahoo.com, retnoa@peter.petra.ac.id

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis serta hubungan *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil pada sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo. Sampel yang digunakan adalah 50 responden pelaku usaha mikro dan kecil di Surabaya dan Sidoarjo. Jenis penelitian adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan analisis statistik deskriptif berupa *mean*, distribusi frekuensi, persentase, *cross tabulation* dan uji *chi-square*. Berdasarkan hasil analisa data yang didapatkan, *entrepreneurial motivation* pelaku usaha mikro dan kecil tergolong tinggi. Motivasi tertinggi terdapat pada dimensi *self-efficacy*. Motivasi terendah terdapat pada dimensi *social environment*. Sedangkan kinerja bisnis pelaku usaha mikro dan kecil tergolong sedang. Kinerja bisnis tertinggi terdapat pada dimensi *market and customer*. Kinerja bisnis terendah terdapat pada dimensi *preparing for the future*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis. Akan tetapi, dimensi *entrepreneurial motivation* yaitu *egoistic passion* merupakan dimensi yang paling terkait dengan dimensi kinerja bisnis *preparing for the future*.

Kata Kunci— *entrepreneurial motivation*, usaha mikro dan kecil, sektor makanan dan minuman, kinerja bisnis.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan jumlah penduduk usia kerja dalam lima tahun terakhir meningkat, jumlah penduduk usia kerja tahun 2012 mencapai 28.586.928 jiwa lebih besar dari tahun 2008, dengan jumlah angkatan kerja mencapai 19.901.558 jiwa dan bukan angkatan kerja 8.685.370 jiwa. Penyebaran penduduk usia kerja paling banyak terdapat di Kota Surabaya yaitu sebanyak 2.147.116 jiwa (Bappenas, 2013).

Jumlah penduduk yang bekerja di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2013 (Februari) mencapai 19.291.374 jiwa meningkat sebesar 409.097 jiwa dari tahun 2008. Jumlah penduduk yang bekerja antar kabupaten/kota terbesar terdapat di Kota Surabaya mencapai 1.347.680 jiwa (Bappenas, 2013).

Jumlah pengangguran terbuka di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2013 (Februari) mencapai 804.400 jiwa menurun dibanding tahun 2008 (1.296.313 jiwa), dengan persentase Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,02 persen lebih rendah dibandingkan terhadap TPT nasional (Bappenas, 2013).

Peningkatan jumlah penduduk usia kerja, peningkatan jumlah penduduk yang bekerja dan penurunan jumlah pengangguran terbuka tidak lepas dari peran usaha mikro dan kecil. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Badan Pusat

Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur jumlah UMKM di Jawa Timur meningkat hingga 2,6 juta unit pada tahun 2013 dari 4,2 juta unit di tahun 2012 menjadi 6,8 juta unit di tahun 2013 (Suara Surabaya, 4 Oktober 2013). Jumlah UMKM yang terus meningkat dari tahun ke tahun berdampak pada tersedianya lapangan kerja baru yang artinya akan memberikan lebih banyak kesempatan kerja bagi masyarakat.

Usaha mikro dan kecil menjadi kekuatan penting dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi Jawa Timur. Pertumbuhan ekonomi Jawa Timur melampaui pertumbuhan perekonomian provinsi lain di Jawa antara lain DKI Jakarta yang hanya tumbuh 6,11 persen, Jawa Barat 6,06 persen dan Jawa Tengah 5,81 persen. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) ekonomi Jawa Timur pada tahun 2013 secara kumulatif juga tumbuh sebesar 6,55 persen dibandingkan dengan tahun 2012 atau melebihi pertumbuhan nasional yang hanya 5,78 persen (Jatim Prov, 6 Februari 2014). Sedangkan struktur perekonomian Jawa Timur tahun 2013 masih didominasi 3 sektor utama yaitu sektor perdagangan, hotel dan restoran dengan kontribusi sebesar 31,33 persen, diikuti sektor industri pengolahan dan sektor pertanian masing-masing sebesar 26,60 persen dan 14,91 persen (Jatim Prov, 6 Februari 2014).

Sektor industri pengolahan diantaranya yang memberikan pendapatan besar adalah sektor makanan dan minuman. Peningkatan daya beli masyarakat melalui pertumbuhan ekonomi, kemudian adanya kenaikan upah yang diiringi dengan meningkatnya populasi masyarakat kelas menengah (*middle class income*) serta pertumbuhan gerai ritel modern, ternyata telah menjadi penggerak utama pertumbuhan permintaan makanan dan minuman. Sektor makanan dan minuman menjadi kontributor penting dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional yang terus meningkat dari 28,5 persen (2005) menjadi 36,3 persen (2012) dan pada tahun 2013 pertumbuhannya ditargetkan sebesar 8 persen dengan target omzet sebesar Rp 750 triliun, relatif hampir sama dengan 2012 sebesar 7,7 persen. Data Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman termasuk dalam 10 besar kelompok yang memiliki nilai ekspor terbesar yakni 4,51 miliar dolar AS. Oleh karena itu, pemerintah terus berupaya untuk mengembangkan sektor strategis usaha makanan dan minuman dalam negeri, baik berupa produk-produk segar ataupun produk hasil olahan (Antara News, 2 October 2013).

Namun, terlepas dari semua hal tersebut, usaha mikro dan kecil ternyata masih menghadapi berbagai masalah diantaranya kesulitan mencari pasar potensial, legalitas usaha, pengemasan sederhana, kekurangan modal, teknologi masih sederhana dan manajemen keluarga (*one man show*). Para pelaku usaha mikro dan kecil juga kurang memiliki informasi atau data yang akurat dan kesulitan mengakses perbankan karena sebagian besar atau 50 persen lebih usaha mikro dan kecil modalnya berasal dari

modal sendiri dan sisanya dari keluarga atau teman. Selain itu, masih ada juga hal lain yang menjadi permasalahan yakni standar operasi yang belum optimal, inovasi masih lemah serta kesulitan akses pasar di tingkat internasional (Kabar Gress, 1 October 2013).

Oleh karena itu, diperlukan upaya dan dukungan dalam pengembangan usaha mikro dan kecil seperti bantuan teknis, pendampingan secara manajerial untuk menghilangkan jarak antara usaha mikro dan kecil dengan perbankan, menciptakan iklim usaha yang kondusif sehingga pelaku usaha mikro dan kecil mampu mendorong pengembangan usaha secara mandiri, sistematis dan berkelanjutan, penciptaan sistem penjaminan secara finansial terhadap operasional kegiatan usaha ekonomi produktif yang dijalankan usaha mikro dan kecil serta dukungan lembaga keuangan dengan penataan dan penguatan kelembagaan keuangan mikro guna memperluas jangkauan pelayanan keuangan kepada usaha mikro dan kecil. BI mengakui masih banyak usaha mikro dan kecil yang belum bisa mendapat akses kredit perbankan karena tidak semua lembaga keuangan fokus pada pembiayaan usaha mikro dan kecil padahal usaha mikro dan kecil menjadi pilar penting bagi perekonomian nasional dan daerah (Kabar Gress, 1 October 2013).

Usaha mikro dan kecil juga masih sangat bergantung kepada pemiliknya. Salah satu faktor yang mendorong individu (pemilik) untuk memulai usaha adalah motivasi. *Entrepreneurial motivation* atau motivasi berwirausaha adalah dorongan atau kekuatan dalam diri individu untuk mempertahankan semangat kewirausahaan di semua tindakannya (Krishna, 2013, p. 1). Individu dengan motivasi kewirausahaan tinggi menjadi lebih mungkin untuk menjadi pengusaha (Shane et al., 2003 dalam Solesvik, 2013, p. 257). Motivasi merupakan salah satu elemen kunci dalam keberhasilan usaha kecil karena motivasi memberikan dampak bagi kinerja bisnis (Robichaud, McGraw, & Roger, 2001, p. 189).

Individu yang memiliki motivasi yang tinggi dalam menjalankan usahanya akan mencapai kinerja yang lebih maksimal dalam bisnis. Menurut Armstrong & Baron (1998) kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi (dalam Fahmi, 2013, p. 226).

Research gap yang dapat dikemukakan oleh penulis adalah penelitian terdahulu menurut Cachon, Codina, Eccius-Wellman, McGraw, & Myers (2013) membahas hubungan *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis di negara Amerika Serikat, Kanada dan Meksiko dan penelitian terdahulu menurut Halim, Mat, & Aziz (2011) membahas hubungan *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis di negara Malaysia. Memang telah banyak penelitian terdahulu yang membahas hubungan *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis baik di negara maju maupun negara berkembang akan tetapi, belum pernah ada penelitian mengenai hubungan *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis dimana pengukuran kinerja bisnis menggunakan *The Dynamic Multi-Dimensional Performance Model* (DMP) yang mengukur kinerja dari berbagai aspek yaitu *financial performance, market and customer, process measures, people development, dan preparing for the future*. Pada umumnya penelitian-penelitian yang ada hanya menggunakan pengukuran kinerja dari aspek keuangan, aspek pemasaran dan aspek sumber daya manusia. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk menggambarkan, menganalisa dan juga melihat apakah terdapat hubungan antara *entrepreneurial*

motivation terhadap kinerja bisnis usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo. Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terdapat hubungan antara *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis.

Sehingga penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menggambarkan *entrepreneurial motivation* pelaku usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo.
2. Untuk menggambarkan kinerja bisnis pelaku usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo.
3. Untuk menganalisa hubungan *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis pelaku usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Alasan penulis menggunakan penelitian kuantitatif adalah untuk mengetahui fenomena *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis dengan menggunakan model-model matematis, teori-teori yang berkaitan dengan fenomena. Sedangkan alasan penulis menggunakan pendekatan deskriptif adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis pada usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah *entrepreneur* pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 responden dan hanya dibatasi pada usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di wilayah Surabaya dan Sidoarjo adalah agar mudah dijangkau oleh peneliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* atau *judgemental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013, p. 218). Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah informan. Dalam penelitian ini, kriteria informan yang ditetapkan berdasarkan karakteristik adalah sebagai berikut:

- (1) *Entrepreneur* pemilik usaha mikro dan kecil di Surabaya dan Sidoarjo
- (2) Bergerak dalam sektor makanan dan minuman
- (3) Usaha yang dikelola telah beroperasi selama 1 (satu) tahun atau lebih
- (4) Memiliki tenaga kerja paling kurang 1 (satu) orang.

Sumber data yang peneliti peroleh adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yang peneliti peroleh berasal dari penyebaran kuisioner yang dilakukan pada usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo. Sedangkan sumber data sekunder yang peneliti peroleh berasal dari buku atau jurnal yang terkait dengan *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis yang digunakan sebagai landasan teori.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuisioner. Sedangkan skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Dengan range penilaian sebagai berikut: (1) Variabel *entrepreneurial motivation* yang diwakilkan dari 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (sangat setuju). (2) Variabel kinerja bisnis

yang diwakilkan dari 1 (sangat rendah), 2 (rendah), 3 (netral), 4 (tinggi), 5 (sangat tinggi).

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *entrepreneurial motivation*

Entrepreneurial motivation atau motivasi berwirausaha adalah dorongan atau kekuatan dalam diri individu untuk mempertahankan semangat kewirausahaan di semua tindakannya demi mencapai tujuan kewirausahaan. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan 9 (sembilan) dimensi yaitu sebagai berikut:

1. *Need for achievement* (nAch)

Need for achievement atau kebutuhan untuk berprestasi mengacu pada keinginan untuk melakukan tugas yang sulit dan menantang. Ada atau tidaknya kebutuhan untuk berprestasi dapat diidentifikasi dari:

- Keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain.
- Menaklukkan tantangan/hambatan dalam kehidupan.
- Membuktikan pada diri saya bahwa saya mampu untuk melakukan sesuatu.

2. *Need for independence*

Need for independence atau kebutuhan untuk kemandirian mengacu pada keinginan individu untuk mampu merencanakan pekerjaannya sendiri dan membuat keputusan sendiri. Ada atau tidaknya kebutuhan untuk kemandirian dapat diidentifikasi dari:

- Keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain.
- Keinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidup.

3. *Desire for wealth*

Desire for wealth atau keinginan untuk kekayaan mengacu pada keinginan untuk mendapatkan keuntungan finansial atas akumulasi pengetahuan. Ada atau tidaknya keinginan untuk kekayaan dapat diidentifikasi dari:

- Keinginan untuk memperoleh kekayaan.
- Keinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang telah saya dikeluarkan.

4. *Locus of control*

Locus of control mengacu pada keyakinan individu mengenai kontrol yang mereka miliki terhadap kehidupan personal mereka. Ada atau tidaknya *locus of control* dapat diidentifikasi dari:

- Kepercayaan bahwa nasib saya ditentukan oleh usaha saya sendiri.
- Kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidup saya.

5. *Self-efficacy*

Self-efficacy mengacu pada keyakinan individu dalam kemampuannya untuk mengumpulkan dan mengimplementasikan sumber daya, keterampilan, dan kompetensi pribadi untuk melakukan pencapaian pada tingkat tertentu pada tugas yang diberikan. Ada atau tidaknya *self-efficacy* dapat diidentifikasi dari:

- Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya mampu.
- Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya kompeten.

6. *Egoistic passion*

Egoistic passion adalah gairah atau semangat mencintai pekerjaan, dimana individu mencintai proses mereka membangun perusahaan dan membuatnya menguntungkan. Ada atau tidaknya *egoistic passion* dapat diidentifikasi dari:

- Ambisi untuk menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup.
- Kecintaan saya terhadap bidang usaha yang saya geluti.

- Energi/daya yang saya miliki untuk mewujudkan ide.

7. *Opportunity*

Pada dimensi *opportunity*, akan dilihat apakah motivasi yang mendorong *entrepreneur* dalam memulai usaha disebabkan oleh adanya peluang yang terbuka atau tidak. Ada atau tidaknya *opportunity* dapat diidentifikasi dari:

- Adanya peluang mendirikan usaha baru.
- Adanya peluang untuk menciptakan produk baru.
- Adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar yang baru.

8. *Resource availability*

Dalam mendirikan sebuah usaha *entrepreneur* perlu memperhatikan ketersediaan sumber daya yang dibutuhkan. Pada dimensi *resource availability*, akan dilihat apakah motivasi yang mendorong *entrepreneur* dalam mendirikan usaha disebabkan oleh adanya ketersediaan sumber daya atau tidak. Dalam *resource availability* ada 3 (tiga) subdimensi yang akan dilihat yaitu sebagai berikut:

a. *Financial*

Dukungan modal berupa uang ataupun aset yang cukup akan sangat mempengaruhi *entrepreneur* dalam memulai usaha baru. Ada atau tidaknya *financial* dapat diidentifikasi dari:

- Modal berupa uang untuk berwirausaha yang saya miliki.
- Modal berupa aset untuk berwirausaha yang saya miliki.

b. *Social network*

Adanya koneksi dari teman atau keluarga juga dapat mendorong *entrepreneur* dalam memulai usaha karena dengan adanya koneksi akan lebih memudahkan misalnya dalam *supply* bahan baku ataupun kemudahan mendapatkan pelanggan. Ada atau tidaknya *social network* dapat diidentifikasi dari:

- Memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha.

c. *Production facilities*

Fasilitas yang dimiliki oleh *entrepreneur* juga menjadi salah satu pertimbangan *entrepreneur* dalam membuka usaha. Ada atau tidaknya *production facilities* dapat diidentifikasi dari:

- Tersedianya fasilitas yang saya miliki untuk membuka usaha.

d. *Social environment*

Motivasi *entrepreneur* juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dimana individu itu berada. Dalam *social environment* ada 2 (dua) subdimensi yang akan dilihat yaitu sebagai berikut:

a. *Role models*

Role models adalah tokoh teladan/panutan yang menginspirasi setiap individu untuk mencontoh apa yang dilakukan. Ada atau tidaknya *role models* dapat diidentifikasi dari:

- Inspirasi dari tokoh-tokoh bisnis.
- Keinginan meniru tokoh bisnis yang saya idolakan.

b. *Attitude towards entrepreneurship*

Sikap atau tanggapan yang positif dari lingkungan sosial yaitu keluarga dan teman terhadap pekerjaan kewirausahaan akan mempengaruhi motivasi dalam berwirausaha. Ada atau tidaknya *attitude towards entrepreneurship* dapat diidentifikasi dari:

- Kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan.

2. Variabel Kinerja Bisnis

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan

konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi. Dalam penelitian ini kinerja bisnis diukur dengan menggunakan *The Dynamic Multi-Dimensional Performance Model* (DMP) yang terdiri dari 5 dimensi yaitu:

1. *Financial performance*

Pengukuran keuangan merupakan pendekatan tradisional yang digunakan untuk mengukur keberhasilan organisasi. Indikator yang digunakan antara lain:

- Penjualan.
- Penjualan per tenaga kerja (=nilai penjualan/jumlah tenaga kerja).
- Total pendapatan.
- Pendapatan per tenaga kerja (=total pendapatan/jumlah tenaga kerja).
- *Cash flow* (likuiditas dan kemampuan menambah sumber daya keuangan).
- Besar *profit* atau keuntungan.
- *Profit* per tenaga kerja (=total profit/jumlah tenaga kerja).
- *Return on Equity* (ROE)=laba bersih/modal inti.
- *Return on Investment* (ROI)=laba bersih/total investasi.
- *Return on Assets* (ROA)=laba bersih/total asset.

2. *Market/customer*

Pengukuran pasar/pelanggan merepresentasikan hubungan antara organisasi dan pelanggannya. Indikator yang digunakan antara lain:

- Tingkat kepuasan pelanggan.
- Kemampuan memperoleh pelanggan baru.
- Pertumbuhan pangsa pasar.
- Pesanan/Orderan yang belum dapat dipenuhi.
- Reputasi perusahaan.
- Banyaknya konsumen yang loyal.
- Kualitas layanan.

3. *Process Measures*

Pengukuran proses mencerminkan efisiensi organisasi dan melihat perbaikan. Indikator yang digunakan antara lain:

- Durasi waktu yang diperlukan bagi produk baru untuk dapat memasuki pasar.
- Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang sama.
- Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang berbeda.
- Kualitas dan kedalaman standarisasi produk.
- Kualitas dan kecepatan dalam menterjemahkan produk yang baru dikembangkan ke dalam proses pengolahan.
- Kualitas proses pengolahan.

4. *People development*

People development mengakui peran penting dari para pemangku kepentingan dalam keberhasilan organisasi. Indikator yang digunakan antara lain:

- Kepuasan karyawan.
- Pelatihan bagi pekerja (hari per tahun).
- Dorongan kepada karyawan untuk menyarankan dan menguji ide-ide baru.
- Kualitas pengembangan kepemimpinan.
- Kualitas pengembangan teknikal.
- Kualitas proses administratif sumber daya manusia.
- Kualitas *benefit-benefit* yang diperoleh sumber daya manusia (contoh: jaminan kesehatan, pensiun).
- Banyaknya karyawan senior yang tetap bekerja.

5. *Preparing for the future*

Preparing for the future harus dipandang sebagai isu organisasi yang kritis karena menyangkut masa depan organisasi. Indikator yang digunakan antara lain:

- % penjualan dari produk baru (< 5 tahun dipasarkan).
- % penjualan dari lini bisnis baru (< 5 tahun dipasarkan).
- Pemahaman dan kemampuan meramalkan *trend* pasar.
- Kemampuan perusahaan dalam mengantisipasi dan mempersiapkan perubahan-perubahan lingkungan eksternal yang tidak diharapkan.
- Investasi perusahaan dalam penelitian dan pengembangan (R&D).
- Kedalaman dan kualitas perencanaan strategis.
- Investasi pada proyek-proyek dengan resiko tinggi.

Uji keabsahan data adalah dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan teknik analisa data adalah dengan menggunakan teknik analisa statistik deskriptif berupa rata-rata (mean), distribusi frekuensi, persentase, *cross tabulation* dan uji *chi-square*. Uji *chi-square* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel yang diteliti. Oleh karena itu, hipotesa untuk penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak terdapat hubungan antara *entrepreneurial motivation* pelaku usaha mikro dan kecil dengan kinerja bisnis.

H_1 = Terdapat hubungan antara *entrepreneurial motivation* pelaku usaha mikro dan kecil dengan kinerja bisnis.

III. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini berdasarkan pada metode korelasi *pearson*. Jika $r_{pearson} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid, jika $r_{pearson} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Jumlah responden (n) dalam penelitian ini sebanyak 50 responden memiliki r_{tabel} sebesar 0.279 sedangkan nilai signifikansi yang digunakan adalah 0.05 (5%). Jika nilai signifikansi <0.05 maka pernyataan dinyatakan valid, jika nilai signifikansi >0.05 maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Uji Validitas item pertanyaan variabel *Entrepreneurial Motivation*

No	Pernyataan	Signifikansi	$r_{Pearson}$	Keterangan
I	<i>Need for Achievement</i>			
1	Keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain	0.000	0.820	Valid
2	Menaklukkan tantangan/hambatan dalam kehidupan	0.000	0.691	Valid
3	Membuktikan pada diri saya bahwa saya mampu untuk melakukan sesuatu	0.000	0.780	Valid
II	<i>Need for Independence</i>			
4	Keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain	0.000	0.923	Valid
5	Keinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidup	0.000	0.873	Valid
III	<i>Desire for Wealth</i>			
6	Keinginan untuk memperoleh kekayaan	0.000	0.941	Valid
7	Keinginan untuk memperoleh hasil dari	0.000	0.837	Valid

No	Pernyataan	Signifikansi	r Pearson	Keterangan
	modal yang telah saya keluarkan			
IV	<i>Locus of Control</i>			
8	Kepercayaan bahwa nasib saya ditentukan oleh usaha saya sendiri	0.000	0.912	<i>Valid</i>
9	Kepercayaan bahwa kerja keras dapat merubah hidup saya	0.000	0.667	<i>Valid</i>
V	<i>Self-Efficacy</i>			
10	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya mampu	0.000	0.975	<i>Valid</i>
11	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya kompeten	0.000	0.975	<i>Valid</i>
VI	<i>Egoistic Passion</i>			
12	Ambisi untuk menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup	0.000	0.836	<i>Valid</i>
13	Kecintaan saya terhadap bidang usaha yang saya geluti	0.000	0.703	<i>Valid</i>
14	Energi/daya yang saya miliki untuk mewujudkan ide	0.000	0.825	<i>Valid</i>
VII	<i>Opportunity</i>			
15	Adanya peluang mendirikan usaha baru	0.000	0.934	<i>Valid</i>
16	Adanya peluang untuk menciptakan produk baru	0.000	0.925	<i>Valid</i>
17	Adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar yang baru	0.000	0.949	<i>Valid</i>
VIII	<i>Resource Availability</i>			
18	Modal berupa uang untuk berwirausaha yang saya miliki	0.000	0.802	<i>Valid</i>
19	Modal berupa aset untuk berwirausaha yang saya miliki	0.000	0.786	<i>Valid</i>
20	Memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha	0.000	0.844	<i>Valid</i>
21	Tersedianya fasilitas yang saya miliki untuk membuka usaha	0.000	0.779	<i>Valid</i>
IX	<i>Social Environment</i>			
22	Inspirasi dari tokoh- tokoh bisnis	0.000	0.944	<i>Valid</i>
23	Keinginan meniru tokoh bisnis yang saya idolakan	0.000	0.927	<i>Valid</i>
24	Kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan	0.000	0.717	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel 1. dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel *entrepreneurial motivation* menghasilkan nilai *r pearson* yang lebih besar daripada *r* tabel 0.279 dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 (5%), sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan yang mengukur variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan valid atau memiliki kemampuan pengukuran yang diharapkan untuk penelitian ini.

Tabel 2. Uji Validitas item pertanyaan variabel Kinerja Bisnis

Pernyataan	Signifikansi	r Pearson	Keterangan
<i>Financial Performance</i>			
FP1. Penjualan	0.000	0.815	<i>Valid</i>
FP2. Penjualan per tenaga kerja (=nilai penjualan/jumlah tenaga kerja)	0.000	0.766	<i>Valid</i>
FP3. Total pendapatan	0.000	0.796	<i>Valid</i>
FP4. Pendapatan per tenaga kerja (=total pendapatan/jumlah tenaga kerja)	0.000	0.807	<i>Valid</i>
FP5. <i>Cash flow</i> (likuiditas dan kemampuan menambah sumber daya keuangan)	0.000	0.505	<i>Valid</i>
FP6. Besar <i>profit</i>	0.000	0.732	<i>Valid</i>
FP7. <i>Profit</i> per tenaga kerja (=total <i>profit</i> /jumlah tenaga kerja)	0.000	0.891	<i>Valid</i>
FP8. <i>Return on Equity</i> (ROE)=laba bersih/modal inti	0.000	0.815	<i>Valid</i>
FP9. <i>Return on Investment</i> (ROI)=laba bersih/total investasi	0.000	0.873	<i>Valid</i>
FP10. <i>Return on Assets</i> (ROA)=laba bersih/total asset	0.000	0.909	<i>Valid</i>
<i>Market and Customer</i>			
FP12. Tingkat kepuasan pelanggan.	0.000	0.711	<i>Valid</i>
FP13. Kemampuan memperoleh pelanggan baru.	0.000	0.768	<i>Valid</i>
FP14. Pertumbuhan pangsa pasar.	0.000	0.738	<i>Valid</i>
FP15. Pesanan/Orderan yang belum dapat dipenuhi.	0.000	0.610	<i>Valid</i>
FP16. Reputasi perusahaan.	0.000	0.605	<i>Valid</i>
FP17. Banyaknya konsumen yang loyal.	0.000	0.679	<i>Valid</i>
FP18. Kualitas layanan.	0.000	0.635	<i>Valid</i>
<i>Process Measures</i>			
FP20. Durasi waktu yang diperlukan bagi produk baru untuk dapat memasuki pasar.	0.000	0.545	<i>Valid</i>
FP21. Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang sama.	0.000	0.607	<i>Valid</i>
FP22. Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang berbeda.	0.000	0.715	<i>Valid</i>
FP23. Kualitas dan kedalaman standarisasi produk.	0.003	0.410	<i>Valid</i>
FP24. Kualitas dan kecepatan dalam menterjemahkan produk yang baru dikembangkan ke dalam proses pengolahan.	0.000	0.663	<i>Valid</i>
FP25. Kualitas proses pengolahan.	0.000	0.573	<i>Valid</i>
<i>People Development</i>			
FP27. Kepuasan karyawan.	0.000	0.482	<i>Valid</i>
FP28. Pelatihan bagi pekerja (hari per tahun).	0.000	0.592	<i>Valid</i>
FP29. Dorongan kepada karyawan untuk menyarankan dan menguji ide-ide baru.	0.000	0.767	<i>Valid</i>
FP30. Kualitas pengembangan kepemimpinan.	0.000	0.709	<i>Valid</i>
FP31. Kualitas pengembangan teknikal.	0.000	0.529	<i>Valid</i>
FP32. Kualitas proses administrasif sumber daya manusia.	0.000	0.621	<i>Valid</i>

Pernyataan	Signifikansi	r Pearson	Keterangan
FP33. Kualitas <i>benefit-benefit</i> yang diperoleh sumber daya manusia (contoh: jaminan kesehatan, pensiun).	0.000	0.723	<i>Valid</i>
FP34. Banyaknya karyawan senior yang tetap bekerja.	0.000	0.550	<i>Valid</i>
<i>Preparing for the Future</i>			
FP36. % penjualan dari produk baru (< 5 tahun dipasarkan).	0.000	0.613	<i>Valid</i>
FP37. % penjualan dari lini bisnis baru (< 5 tahun dipasarkan).	0.000	0.612	<i>Valid</i>
FP38. Pemahaman dan kemampuan meramalkan <i>trend</i> pasar.	0.000	0.605	<i>Valid</i>
FP39. Kemampuan perusahaan dalam mengantisipasi dan mempersiapkan perubahan-perubahan lingkungan eksternal yang tidak diharapkan.	0.000	0.601	<i>Valid</i>
FP40. Investasi perusahaan dalam penelitian dan pengembangan (R&D).	0.000	0.591	<i>Valid</i>
FP41. Kedalaman dan kualitas perencanaan strategis.	0.000	0.692	<i>Valid</i>
FP42. Investasi pada proyek-proyek dengan resiko tinggi.	0.000	0.662	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel 2. dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kinerja bisnis menghasilkan nilai *r pearson* yang lebih besar daripada *r* tabel 0.279 dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 (5%), sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan yang mengukur variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas *Entrepreneurial Motivation*

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Need for Achievement</i>	0.632	<i>Reliabel</i>
<i>Need for Independence</i>	0.751	<i>Reliabel</i>
<i>Desire for Wealth</i>	0.700	<i>Reliabel</i>
<i>Locus of Control</i>	0.406	<i>Tidak Reliabel</i>
<i>Self-Efficacy</i>	0.947	<i>Reliabel</i>
<i>Egoistic Passion</i>	0.693	<i>Reliabel</i>
<i>Opportunity</i>	0.929	<i>Reliabel</i>
<i>Resource Availability</i>	0.807	<i>Reliabel</i>
<i>Social Environment</i>	0.837	<i>Reliabel</i>

Tabel 3. menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada setiap dimensi variabel *entrepreneurial motivation* nilainya lebih besar dari 0,6 atau dapat dikatakan memenuhi persyaratan kehandalan atau reliabel, kecuali pada dimensi *locus of control* nilai *Cronbach Alpha*-nya lebih kecil dari 0,6 atau dapat dikatakan tidak memenuhi persyaratan kehandalan atau reliabel sehingga dimensi *locus of control* akan dihilangkan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Kinerja Bisnis

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Financial Performance</i>	0.931	<i>Reliabel</i>
<i>Market/Customer</i>	0.792	<i>Reliabel</i>

<i>Process Measures</i>	0.623	<i>Reliabel</i>
<i>People Development</i>	0.765	<i>Reliabel</i>
<i>Preparing for the Future</i>	0.736	<i>Reliabel</i>

Tabel 4. menunjukkan bahwa besarnya nilai *Cronbach Alpha* pada setiap dimensi variabel kinerja bisnis nilainya lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap dimensi pada variabel kinerja bisnis memenuhi persyaratan kehandalan atau reliabel.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 5. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel *Entrepreneurial Motivation*

No	Pernyataan	Mean	Kategori	Std. Deviasi
I	<i>Need for Achievement</i>			
1	Keinginan untuk berprestasi yang diakui oleh orang lain	3.86	T	0.95
2	Menaklukkan tantangan/hambatan dalam kehidupan	4.18	T	0.72
3	Membuktikan pada diri saya bahwa saya mampu untuk melakukan sesuatu	4.12	T	0.66
	Keseluruhan	4.05	T	0.78
II	<i>Need for Independence</i>			
4	Keinginan untuk bekerja sendiri dan tidak tergantung orang lain	4.34	T	0.85
5	Keinginan untuk membuat keputusan sendiri dalam hidup	4.40	T	0.67
	Keseluruhan	4.37	T	0.76
III	<i>Desire for Wealth</i>			
6	Keinginan untuk memperoleh kekayaan	4.30	T	0.81
7	Keinginan untuk memperoleh hasil dari modal yang telah saya keluarkan	4.46	T	0.50
	Keseluruhan	4.38	T	0.65
IV	<i>Self-Efficacy</i>			
8	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya mampu	4.40	T	0.64
9	Kepercayaan diri yang kuat bahwa saya kompeten	4.40	T	0.64
	Keseluruhan	4.40	T	0.64
V	<i>Egoistic Passion</i>			
10	Ambisi untuk menciptakan sesuatu yang penting dan berarti dalam hidup	4.16	T	0.77
11	Kecintaan saya terhadap bidang usaha yang saya geluti	4.24	T	0.55
12	Energi/daya yang saya miliki untuk mewujudkan ide	4.06	T	0.62
	Keseluruhan	4.15	T	0.65
VI	<i>Opportunity</i>			
15	Adanya peluang mendirikan usaha baru	3.76	T	1.02
16	Adanya peluang untuk menciptakan produk baru	3.84	T	0.98
17	Adanya peluang dalam memasuki pangsa pasar yang baru	3.66	T	1.02
	Keseluruhan	3.75	T	1.01
VII	<i>Resource Availability</i>			
18	Modal berupa uang untuk berwirausaha yang saya miliki	4.18	T	0.60
19	Modal berupa aset untuk berwirausaha yang saya miliki	4.02	T	0.79
20	Memiliki koneksi (keluarga/teman) yang dapat membantu dalam berwirausaha	3.98	T	0.87
21	Tersedianya fasilitas yang saya miliki untuk membuka usaha	4.06	T	0.65
	Keseluruhan	4.06	T	0.73
VIII	<i>Social Environment</i>			
22	Inspirasi dari tokoh-tokoh bisnis	3.12	S	1.17

No	Pernyataan	Mean	Kategori	Std. Deviasi
23	Keinginan meniru tokoh bisnis yang saya idolakan	3.14	S	1.21
24	Kepercayaan bahwa kewirausahaan mempunyai dampak positif dalam kehidupan	4.16	T	0.87
	Keseluruhan	3.47	S	1.08
	Rata-Rata EM Keseluruhan	4.08	T	0.79

Berdasarkan tabel 5. dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan digolongkan pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian yaitu *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo memiliki tingkat *entrepreneurial motivation* yang tinggi. Dapat diketahui bahwa tingkat *entrepreneurial motivation* tertinggi dari para *entrepreneur* pelaku usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo berada pada dimensi *self-efficacy* dengan nilai rata-rata sebesar 4.40 dengan kategori tinggi. Sedangkan tingkat *entrepreneurial motivation* terendah berada pada dimensi *social environment* dengan nilai rata-rata sebesar 3.47 dengan kategori sedang.

Tabel 6. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kinerja Bisnis

No	Pernyataan	Mean	Kategori	Std. Deviasi
I	<i>Financial Performance</i>			
FP1	Penjualan	3.72	T	0.57
FP2	Penjualan per tenaga kerja (=nilai penjualan/jumlah tenaga kerja)	3.58	S	0.57
FP3	Total pendapatan	3.72	T	0.67
FP4	Pendapatan per tenaga kerja (=total pendapatan/jumlah tenaga kerja)	3.62	S	0.57
FP5	Cash flow (likuiditas dan kemampuan menambah sumber daya keuangan)	3.52	S	0.71
FP6	Besar profit	3.62	S	0.70
FP7	Profit per tenaga kerja (=total profit/jumlah tenaga kerja)	3.50	S	0.65
FP8	Return on Equity (ROE)=laba bersih/modal inti	3.50	S	0.68
FP9	Return on Investment (ROI)=laba bersih/total investasi	3.48	S	0.68
FP10	Return on Assets (ROA)=laba bersih/total asset	3.50	S	0.68
	Keseluruhan	3.58	S	0.65
II	<i>Market and Customer</i>			
FP12	Tingkat kepuasan pelanggan	3.94	T	0.62
FP13	Kemampuan memperoleh pelanggan baru	3.70	T	0.86
FP14	Pertumbuhan pangsa pasar	3.48	S	0.79
FP15	Pesanan/Orderan yang belum dapat dipenuhi	3.20	S	1.03
FP16	Reputasi perusahaan	3.80	T	0.64
FP17	Banyaknya konsumen yang loyal	3.94	T	0.68
FP18	Kualitas layanan	4.02	T	0.65
	Keseluruhan	3.72	T	0.75
III	<i>Process Measures</i>			
FP20	Durasi waktu yang diperlukan	3.00	S	0.78

No	Pernyataan	Mean	Kategori	Std. Deviasi
	bagi produk baru untuk dapat memasuki pasar			
FP21	Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang sama	3.16	S	0.74
FP22	Kualitas pembelajaran diantara karyawan pada divisi yang berbeda	3.10	S	0.73
FP23	Kualitas dan kedalaman standarisasi produk	3.80	T	0.53
FP24	Kualitas dan kecepatan dalam menterjemahkan produk yang baru dikembangkan ke dalam proses pengolahan	3.52	S	0.71
FP25	Kualitas proses pengolahan	3.84	T	0.62
	Keseluruhan	3.40	S	0.68
IV	<i>People Development</i>			
FP27	Kepuasan karyawan	3.84	T	0.55
FP28	Pelatihan bagi pekerja (hari per tahun)	3.14	S	1.01
FP29	Dorongan kepada karyawan untuk menyarankan dan menguji ide-ide baru	3.28	S	1.05
FP30	Kualitas pengembangan kepemimpinan	3.62	S	0.63
FP31	Kualitas pengembangan teknikal	3.56	S	0.67
FP32	Kualitas proses administratif sumber daya manusia	3.58	S	0.61
FP33	Kualitas benefit-benefit yang diperoleh sumber daya manusia (contoh: jaminan kesehatan, pensiun)	3.38	S	0.90
FP34	Banyaknya karyawan senior yang tetap bekerja	3.48	S	0.93
	Keseluruhan	3.48	S	0.79
V	<i>Preparing for the Future</i>			
FP36	% penjualan dari produk baru (< 5 tahun dipasaran)	3.56	S	0.67
FP37	% penjualan dari lini bisnis baru (< 5 tahun dipasaran)	3.44	S	0.79
FP38	Pemahaman dan kemampuan meramalkan trend pasar	3.38	S	0.90
FP39	Kemampuan perusahaan dalam mengantisipasi dan mempersiapkan perubahan-perubahan lingkungan eksternal yang tidak diharapkan	3.54	S	0.79
FP40	Investasi perusahaan dalam penelitian dan pengembangan (R&D)	3.04	S	0.90
FP41	Kedalaman dan kualitas perencanaan strategis	3.18	S	0.87
FP42	Investasi pada proyek-proyek dengan resiko tinggi	2.74	S	1.01
	Keseluruhan	3.27	S	0.85
	Rata-Rata Kinerja Bisnis Keseluruhan	3.49	S	0.74

Berdasarkan tabel 6. dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan digolongkan pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian yaitu *entrepreneur* pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo memiliki tingkat kinerja bisnis yang sedang. Dapat diketahui bahwa tingkat kinerja bisnis tertinggi dari para *entrepreneur* pelaku usaha mikro dan kecil sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo berada pada dimensi *market*

and customer dengan nilai rata-rata sebesar 3.72 dengan kategori tinggi. Sedangkan tingkat kinerja bisnis terendah berada pada dimensi *preparing for the future* dengan nilai rata-rata sebesar 3.27 dengan kategori sedang.

Uji Cross Tabulation dan Chi-Square

Tabel 7. Cross tabulation variabel *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis

Entrepreneurial motivation	Kinerja bisnis							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F%	%	F	%	F	%
Rendah	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Sedang	0	0%	7	14%	2	4%	9	18%
Tinggi	0	0%	29	58%	12	24%	41	82%
Total	0	0%	36	72%	14	28%	50	100%

Berdasarkan tabel 7. dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki *entrepreneurial motivation* yang tinggi, hal ini ditunjukkan dengan total responden sebanyak 41 orang (82%) dari total 50 responden yang menjadi sampel penelitian. Dari tabel di atas juga dapat diketahui bahwa responden yang memiliki kinerja bisnis dengan kategori sedang memiliki *entrepreneurial motivation* tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan total responden sebanyak 29 orang (58%) dari total 50 responden.

Tabel 8. Tabel *chi-square* hubungan *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)	Keterangan
Pearson Chi-Square	0.182 ^a	1	0.670	Tidak terdapat hubungan signifikan

Berdasarkan tabel 8. dapat simpulkan bahwa secara keseluruhan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *entrepreneurial motivation* dengan kinerja bisnis karena nilai signifikansinya lebih dari 0.05 yaitu 0.670. Namun, setelah dilakukan uji *chi-square* lebih lanjut pada masing-masing dimensi pada variabel *entrepreneurial motivation* dan variabel kinerja bisnis yang bisa dilihat pada tabel 9. didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi *need for achievement* dan *preparing for the future* dengan nilai signifikansi sebesar 0.045, dimensi *egoistic passion* dan *preparing for the future* dengan nilai signifikansi sebesar 0.030, dimensi *opportunity* dan *process measures* dengan nilai signifikansi sebesar 0.029, dimensi *opportunity* dan *people development* dengan nilai signifikansi sebesar 0.004, dimensi *resource availability* dan *preparing for the future* dengan nilai signifikansi sebesar 0.009 serta dimensi *social environment* dan *process measures* dengan nilai signifikansi sebesar 0.006.

Tabel 9. Tabel *chi-square* hubungan *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis (per dimensi)

No			Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)	Keterangan
1.	<i>Need for achievement-preparing for the future</i>	Pearson Chi-Square	6.198 ^a	2	0.045	Terdapat hubungan signifikan
2.	<i>Egoistic passion-preparing for the future</i>	Pearson Chi-Square	7.014 ^a	2	0.030	Terdapat hubungan signifikan
3.	<i>Opportunity-</i>	Pearson	7.107 ^a	2	0.029	Terdapat

	<i>process measures</i>	Chi-Square				hubungan signifikan
4.	<i>Opportunity-people development</i>	Pearson Chi-Square	11.227 ^a	2	0.004	Terdapat hubungan signifikan
5.	<i>Resource availability-preparing for the future</i>	Pearson Chi-Square	9.498 ^a	2	0.009	Terdapat hubungan signifikan
6.	<i>Social environment-process measures</i>	Pearson Chi-Square	10.229 ^a	2	0.006	Terdapat hubungan signifikan

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Kesimpulan

1. Para *entrepreneur* usaha mikro dan kecil pada sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo memiliki *entrepreneurial motivation* yang tinggi. Motivasi tertinggi terdapat pada indikator *self-efficacy* sedangkan motivasi terendah terdapat pada indikator *social environment*.
2. Para *entrepreneur* usaha mikro dan kecil pada sektor makanan dan minuman di Surabaya dan Sidoarjo juga memiliki kinerja bisnis pada kategori sedang. Kinerja bisnis tertinggi terdapat pada dimensi *market and customer* sedangkan kinerja bisnis terendah terdapat pada dimensi *preparing for the future*.
3. Dari hasil analisa uji *chi-square* dan *cross tabulation* yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *entrepreneurial motivation* terhadap kinerja bisnis. Namun, setelah dilakukan analisa lebih lanjut dapat simpulkan bahwa beberapa dimensi pada variabel *entrepreneurial motivation* dan kinerja bisnis memiliki hubungan yang signifikan dimensi tersebut adalah *need for achievement* terhadap *preparing for the future*, *egoistic passion* terhadap *preparing for the future*, *opportunity* terhadap *process measures*, *opportunity* terhadap *people development*, *resource availability* terhadap *preparing for the future*, *social environment* terhadap *process measures*. Dimensi *entrepreneurial motivation* yang paling memiliki hubungan dengan dimensi kinerja bisnis adalah *egoistic passion* terhadap *preparing for the future*. Sedangkan dimensi yang lainnya tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan dimensi *entrepreneurial motivation*.

Saran

1. Hendaknya para pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil mendaftarkan usaha yang mereka miliki ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan agar mereka bisa mendapatkan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan TDP (Tanda Daftar Perusahaan).
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, motivasi tertinggi para pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil berada pada dimensi *self-efficacy*. Jadi, pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil harus lebih meningkatkan lagi motivasi yang dimiliki pada dimensi ini agar dapat berpengaruh pada kinerja bisnis yang lebih baik.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini, kinerja bisnis terendah para pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil berada pada dimensi *preparing for the future*. Jadi, pemimpin atau pemilik usaha mikro dan kecil harus lebih memperhatikan perencanaan masa depan dari usaha mikro dan kecil yang dimiliki agar usaha mikro dan kecil yang dimiliki dapat terus bersaing

dengan usaha lain yang sejenis dan meningkatkan kinerja usaha yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). (2013). *Profil Pembangunan Jawa Timur*. Retrieved July 10, 2014, from http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=13&cad=rja&uact=8&ved=0CCcQFjACOAO&url=http%3A%2F%2Fsimreg.bappenas.go.id%2Fview%2Fprofil%2FclickD.php%3Fid%3D15&ei=IJG9U76E CYm_uAT0u4GYDw&usg=AFQjCNF_ys0I4RyAb9vbH HKINnv6H47oaw&bvm=bv.70138588,d.c2E
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2013). *Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi (Edisi 40 September 2013)*. Retrieved April 10, 2014, from http://www.bps.go.id/download_file/IP_September_2013.pdf
- Bank Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Retrieved March 16, 2014, from <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>
- Benzing, C., & Chu, H. M. (2009). A Comparison of the Motivations of Small Business Owners in Africa. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(1), 60-77.
- Brockopp, D.Y. & Hastings-Tolsma, M.T. (2000). *Dasar-Dasar Riset Keperawatan*. Penerbit: Buku Kedokteran EGC. Retrieved June 30, 2014, from <http://books.google.co.id/books?id=GYy-ujHkEdoC&pg=PA209&dq=uji+chi+square+statistik&hl=id&sa=X&ei=uIewUKrJNWfugSPsIHOCQ&ved=0CB4Q6AEwAQ#v=onepage&q=uji%20chi%20square%20statistik&f=false>
- Cachon, J. C., Codina, J. B., Eccius-Wellmann, C., McGraw, E., & Myers, D. A. (2013). Entrepreneurial Motives and Performance: Evidence from North America. *Journal of Management Policy and Practice*, 14(3), 50-77.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Kepemimpinan (Teori & Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Gumay, A.N. (2013, October 2). Mamin Tetap Jadi Andalan Industri Non-Migas. *Antara News*. Retrieved April 10, 2014, from <http://www.investor.co.id/home/mamin-tetap-jadi-andalan-industri-non-migas/69972>
- Halim, M. A. S. A., Mat, A. C., & Aziz, W. A. W. A. (2011). The Impact of Entrepreneurial Motivation Toward Business Performance among SMEs in Creative Industry. *Elixir Marketing Management*, 35, 2764-2767.
- Handayani, D.W. (2013, October 4). 6,8 Juta UMKM Jatim, Tembus PDRB 1.012 Triliun Setahun. *Suara Surabaya*. Retrieved April 10, 2014, from <http://ekonomibisnis.suarasurabaya.net/news/2013/125328-6,8-Juta-UMKM-Jatim,-Tembus-PDRB-1.012-Triliun-Setahun>
- Heinrichs, S., & Walter, S. (2013). *Who Becomes an Entrepreneur? A 30-Years-Review of Individual-Level Research and an Agenda for Future Research*. Paper presented at the Open Access Publication Server of the ZBW – Leibniz Information Centre for Economics.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Grasindo. Retrieved April 12, 2014, from http://books.google.co.id/books?id=XOytduwzBzAC&pg=PA18&dq=penelitian+kuantitatif+adalah&hl=en&sa=X&ei=sXhJU6iON8qmrQf_moDADA&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q=penelitian%20kuantitatif%20adalah&f=false
- Jatim Prov. (2014, February 6). Pada 2013 Ekonomi Jatim Tumbuh 6,55 Persen. Retrieved April 10, 2014, from <http://www.jatimprov.go.id/site/pada-2013-ekonomi-jatim-tumbuh-655-persen/>
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Krishna, S. M. (2013). Entrepreneurial Motivation A Case Study of Small Scale Entrepreneurs In Mekelle, Ethiopia. *Journal Of Business Management & Social Sciences Research*, 2(1), 1-6.
- Maltz, A. C. (2001). *Defining and Measuring Organizational Success: A Multi-Dimensional Framework*. (TA No. 3010758). ProQuest Dissertations and Theses, Stevens Institute of Technology. Retrieved March 31, 2014, from <http://search.proquest.com/docview/304754648?accountid=45762>. (304754648).
- Maltz, A. C., Shenhar, A. J., & Reilly, R. R. (2003). Beyond the Balanced Scorecard: Refining the Search for Organizational Success Measures. *Long Range Planning*, 36(2), 187-204.
- Morales-Gualdrón, S. T., Gutiérrez-Gracia, A., & Dobón, S. R. (2009). The Entrepreneurial Motivation in Academia: A Multidimensional Construct. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(3), 301-317.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands (Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek+Analisa Kasus dengan SPSS)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Retrieved April 12, 2014, from http://books.google.co.id/books?id=fppKehBDQEC&pg=PA77&dq=uji+validitas&hl=en&sa=X&ei=k_ICU5XWKcGNrgf-64GQAw&ved=0CEMQ6AEwAw#v=onepage&q=uji%20validitas&f=false
- Remeikiene, R., Dumciuvienė, D., & Startienė, G. (2013, June). *Explaining Entrepreneurial Intention of University Students: The Role of Entrepreneurial Education*. Paper presented at International Conference 2013, Zadar, Croatia, Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning.
- Robichaud, Y., McGraw, E., & Roger, A. (2001). Toward the Development of A Measuring Instrument for Entrepreneurial Motivation. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6(2), 189-201.
- Santosa, P.B., & Hamdani, M. (2007). *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Jakarta: Erlangga. Retrieved April 12, 2014, from http://books.google.co.id/books?id=qmvDVYJsa2MC&pg=PA29&dq=distribusi+frekuensi+adalah&hl=en&sa=X&ei=W9JCU6iCIClKkAWrt4HYDA&redir_esc=y#v=onepage&q=distribusi%20frekuensi%20adalah&f=false

- Santoso, S. (2008). *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Retrieved April 12, 2014, from http://books.google.co.id/books?id=0XoJsE59pDYC&printsec=frontcover&dq=Panduan+lengkap+menguasai+SPSS+16.&hl=en&sa=X&ei=5d5CU8K0Lc2Argent4DYDA&redir_esc=y#v=onepage&q=Panduan%20lengkap%20menguasai%20SPSS%2016.&f=false
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.
- Solesvik, M.Z. (2013). Entrepreneurial Motivations and Intentions: Investigating the Role of Education Major. *Education+ Training*, 55(3), 253-271.
- Stefanovic, I., Prokic, S., & Rankovic, L. (2010). Motivational and Success Factors of Entrepreneurs: the Evidence from A Developing Country. *Proceedings of Rijeka Faculty of Economics: Journal of Economics & Business*, 28(2), 251-269.
- Stewart Jr, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C., & Carland, J. W. (1999). A Proclivity for Entrepreneurship: A Comparison of Entrepreneurs, Small Business Owners, and Corporate Managers. *Journal of Business Venturing*, 14(2), 189-214.
- Subiyantoro, A. (2013, October 1). UMKM Menjadi Pilar Penting Pertumbuhan Ekonomi Jawa Timur. *Kabar Gress*. Retrieved April 10, 2014, from <http://kabargress.com/2013/10/01/umkm-menjadi-pilar-penting-pertumbuhan-ekonomi-jawa-timur/>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Waita, S. M., & Namusonge, G. S. (2013). Entrepreneurial Motivation As A Factor Affecting Small and Medium Enterprises Performance in the Coffee Subsector in Kenya; A Case Study of Tropical Farm Management Kenya Limited. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(12), 98-108.
- Wasis. (2008). *Pedoman Riset Praktis untuk Profesi Perawat*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC. Retrieved April 12, 2014, from http://books.google.co.id/books?id=uVQetJXybEYC&pg=PA53&dq=kuesioner+tertutup+adalah&hl=en&sa=X&ei=bhY7U-bBKtKciQfih4CACw&redir_esc=y#v=onepage&q=kuesioner%20tertutup%20adalah&f=false
- Wibowo. (2013). *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.